

## Cien años de versatilidad

*Ricardo Haya*

ricardohaya@gmail.com

---

Periodista, escritor y docente en la Universidad Nacional del Comahue y el Instituto Universitario Patagónico de las Artes. Posee un doctorado en Comunicación Audiovisual, otorgado por la Universidad Autónoma de Barcelona. Es guionista y realizador de numerosos ciclos radiofónicos. Impartió cursos de postgrado en varios países hispanoamericanos.



La radio llega al siglo de vida con las energías intactas, aunque sean diferentes a las de otros momentos de su existencia centenaria. Ocurre que se trata de un medio que nunca fue igual a sí mismo durante mucho tiempo. Basta pensar en los numerosos cambios que experimentó luego de aquella emisión inaugural desde el teatro Coliseo de Buenos Aires. Hasta allí llegó un grupo de jóvenes entusiastas, acercando un precario transmisor de cinco vatios importado desde Francia tras prestar servicios durante la Primera Guerra Mundial y un micrófono para sordos, que captaba el sonido ambiente. La antena había sido instalada entre el teatro y la cúpula de una casa ubicada en la esquina de Cerrito y Charcas. Ese primer texto sonoro irradiado fue la ópera “Parsifal”, cuyo autor difícilmente haya imaginado que su relato acerca de las andanzas de un caballero de la corte del Rey Arturo en pos del Santo Grial se esparciría por el éter, en ancas de una tecnología en su época desconocida.

30 Sin embargo, a Richard Wagner, que además de compositor también era poeta y dramaturgo, probablemente no le hubiese disgustado el camino que se abría con la radio. Sobre todo porque acostumbraba a ser el libretista de sus propias obras y porque la nueva tecnología le hubiera resultado funcional a su vida azarosa y su espíritu aventurero. No pudo llegar a verlo dado que falleció 37 años antes de que nuestros Locos de la Azotea pusieran en marcha ese dispositivo llamado a representar realidades, pero también a desplegar ficciones y fantasías.

Aquella experiencia seminal pronto dejó en evidencia que las transmisiones radiofónicas de textos concebidos para otros soportes requerían de su adaptación a la textualización sonora. El invento de Marconi inició entonces su proceso de aprendizaje, el cual comprendió una fase de “traducciones” de obras ajenas y una etapa posterior de generación de originales, textos escritos para su irradiación.

Así como ocurrió en nuestro país, en el estudio Marconi de Chelmsford, Inglaterra, la cantante Nellie Melba ofreció un recital que fue escuchado en París y Nueva York. Sucedió algunas semanas antes de la transmisión de

“Parsifal” pero, a diferencia de nuestro caso, fue un hecho aislado y no tuvo persistencia en el tiempo.

En cambio, el grupo de radioaficionados porteños que lideraba Enrique Susini resolvió dar continuidad a las emisiones inauguradas el 27 de agosto de 1920. Al día siguiente transmitieron “Aída”, de Giuseppe Verdi, y luego siguieron “Iris”, de Pietro Mascagni; “Rigoletto”, de Verdi; “Manón”, de Jules Massenet y algunas actuaciones de la compañía lírica del teatro municipal de Río de Janeiro, que se encontraba de gira por nuestro país.

Susini definió al equipo de radiodifusores pioneros de la siguiente manera: “Éramos médicos estudiosos de los efectos eléctricos en medicina, y también radioaficionados, lo suficientemente bien informados como para estar a la vanguardia. Pero básicamente éramos personas imaginativas, amantes de la música y el teatro y por eso se nos ocurrió que este maravilloso invento podía llegar a ser el más extraordinario instrumento de difusión cultural” (Cazaux, 2010).

Apenas unos cincuenta oyentes fueron testigos de un hecho que, por su permanencia, algunos historiadores continúan reivindicando como el origen mundial de la radiodifusión.

No es curioso que la forja de la radio se realizara a partir de experiencias artísticas, dado que en sus orígenes se vio impedida de desarrollar tareas informativas por el simple expediente de que las agencias de noticias, cuyos propietarios eran los medios gráficos, temieron que la difusión sonora de los acontecimientos de actualidad hiciera disminuir la venta de sus periódicos.

Se apañaron bien las emisoras y comenzaron a reportar por las suyas propias. En la Argentina, uno de los primeros hitos en este sentido fue la cobertura que permitió a los oyentes seguir la asunción presidencial de Marcelo T. de Alvear el 12 de octubre de 1922.

La leyenda señala que fue Adolph Ochs, propietario y editor del New York Times, quien advirtió el error conceptual y liberó el acceso de las radios a los servicios noticiosos de agencia. Su razonamiento fue que las emisoras generaban una necesidad informativa que luego los periódicos satisfacerían en plenitud. Vaya a saberse con qué grado de conciencia, pero Ochs estaba inaugurando la noción de complementariedad mediática y habilitando una nueva etapa en la historia de la radio.

Entre los acontecimientos que nutrieron la rica trayectoria periodística de la radio también vale mencionar la histórica “transmisión” de la pelea entre el campeón mundial de todos los pesos, el norteamericano Jack Dempsey, y nuestro compatriota Luis Ángel Firpo. Fue el 14 de septiembre de 1923 y el escenario era el Polo Grounds de Nueva York. Como se sabe, una trompada terrible de Firpo sacó del ring a Dempsey, quien permaneció caído mucho más de lo permitido y solo pudo regresar asistido por los brazos de los periodistas sentados en el ring side. Todo eso ocurrió en el primer asalto; en el segundo, el campeón se recuperó y venció a nuestro compatriota, tras derribarlo varias veces. En realidad, lo que se escuchó en Argentina no fue una transmisión en sentido estricto sino que en los estudios de Buenos Aires alguien leía los despachos noticiosos que iban llegando con las incidencias del combate. Como dato curioso de aquel episodio queda la anécdota de que, para cubrir las pausas entre un round y otro, se había dispuesto la actuación de un dúo campero integrado por un oficial del Ejército y un jovencito bonaerense de futuro exitoso: Atahualpa Yupanqui. También permanecen en la memoria un cuento entrañable de Julio Cortázar y la frase épica con la que un presentador cerró su tarea: “Luis Ángel Firpo, el futuro campeón mundial de todos los pesos, perdió por knock out en el segundo round”.

Información y ficciones guardaron una amable convivencia durante la época dorada de la radio (1930-1950). Pero en el ecuador del siglo XX un nuevo huésped comenzó a instalarse en las casas de todo el mundo. La televisión atrajo rápidamente a los guionistas y a los elencos de actores y actrices que sustentaban la dramaturgia sonora y entonces la radio se vació

de relatos. Comenzaba una nueva etapa de reconversión y refugio en el tratamiento periodístico de la realidad.

La difusión musical también fue clave en una época en que la radio convocaba audiencias enormes con las interpretaciones en vivo de sus orquestas 'típicas', expresión que se utiliza en muchos países latinoamericanos para referirse a las formaciones consagradas a la interpretación de música popular regional. En realidad, se trataba de una sociedad de beneficios mutuos, pues agrupaciones como las de Juan D'Arienzo, José Basso, Miguel Caló, Osvaldo Pugliese, Osvaldo Fresedo, Horacio Salgán o Aníbal Troilo cimentaron su fama a través de su vínculo con la radio. El conjunto liderado por Alfredo de Ángelis fue célebre por animar las noches del popularísimo "Glostora Tango Club", que Radio El Mundo transmitía diariamente entre las 20:00 y las 20:15.

La pujante industria discográfica vino a deshacer ese vínculo pasional entre los oyentes y sus músicos favoritos. Y el impacto se dejó sentir de múltiples formas: las emisoras renunciaron de las agrupaciones orquestales propias, que tanto éxito le habían proporcionado, y acudieron a las placas de vinilo que los sellos querían difundir (muchas veces, estimulando económicamente a los programadores); los edificios de las estaciones prescindieron de los salones auditorios que convocaban al público con sus presentaciones en vivo; la gran variedad de géneros y estilos musicales que habían caracterizado a muchas estaciones fue comprimiéndose progresivamente en beneficio de las vertientes que a las grabadoras les resultaban económicamente más rentables.

Si bien en los Estados Unidos el desarrollo de las transmisiones en modulación de frecuencia fue anterior, entre nosotros no prosperó hasta la década del '70 del siglo pasado. En principio las FM decidieron poner la mejor calidad de su sonido al servicio de la casi exclusiva difusión musical. No obstante, pronto se advirtió que de ese modo la banda desperdiciaba capacidad comunicativa y paulatinamente comenzó a incorporar propuestas que agregaban otros contenidos a sus programaciones.

## **Mutaciones sociales**

Estas constantes mutaciones acompañaron transformaciones que trascendieron a la radio. El retrato de época que ofrece el film “Días de radio” (Woody Allen, 1988) nos muestra una casa de familia en el tránsito de la década del '30 a la del '40. Eran grupos humanos numerosos que ensamblaban en una única vivienda a abuelos, hijos y nietos, con el agregado de tíos, a veces solteros y en ocasiones casados y con su propia progenie a cuestas. Los receptores domésticos aún no se habían masificado y cada domicilio solía tener uno, voluminoso y atractivo, ante el cual se arracimaban los convivientes en una escucha compartida.

La transistorización de los equipos, a mediados de los años '50, contribuyó a su abaratamiento y miniaturización, con lo que aquel hábito de recepción colectiva también cayó en desuso: ahora, cada integrante de la familia contaba con su propio aparato y ya no dependía de negociaciones con parientes para escuchar lo que quería.

## **Fragmentación conceptual y segmentación de audiencias**

Complementariamente, la búsqueda de estrategias de sobrevivencia de algunos radiodifusores los llevó a apoyarse en esa segmentación de audiencias y acompañarla de procesos de fragmentación conceptual. La lógica fue que si ahora las personas escuchaban en soledad, debían diseñarse propuestas específicas para grupos determinados, con gustos e intereses particulares. Ese contexto dio a luz a las radios-fórmula, que se volcaron a géneros musicales específicos; a temáticas determinadas (deportes, cultura, política, etc.). El parcelamiento de los oyentes podía ocurrir asociado o no a recortes de los tópicos abordados: una programación juvenil puede estar concebida solo para difundir música o para hablar de múltiples asuntos pero con perspectiva joven; una propuesta para la tercera edad podría anclarse a un género musical en particular o dedicarse a todas las materias posibles desde la impronta de un adulto

mayor. Ejemplos similares podrían construirse tomando como ejemplos a las mujeres, a los niños, a las personas que practican deportes, a quienes gustan de viajar, a lo/as amantes del cine o de la lectura, etc.

Aunque existen algunas experiencias (radios dedicadas al deporte o consagradas exclusivamente al tango), la Argentina no adhirió a estos modelos en la misma medida que otras sociedades. Para citar un caso particular, nuestro país no registra emisoras all news (solo dedicadas a la emisión de noticias) como ha ocurrido en Europa con France Info o Catalunya Informació, que poseen un esquema horario absolutamente rígido, compuesto por segmentos de un cuarto de hora, los cuales apenas producen mínimas actualizaciones entre uno y el que le sigue. En este sentido, el concepto generalista de nuestras programaciones persiste en la enorme mayoría de las estaciones.

Los cambios casi constantes en la radiofonía también afectaron las nomenclaturas de las emisoras. La que alguna vez fue Radio Cultura pasó a llamarse Radio El Mundo; la original Radio Nacional se convirtió en Radio Belgrano; la actual radio La Red primero fue Radio Brusa y luego Excelsior; la original Radio Fénix se reconvirtió en Antártida y después en América; Radio Continental antes fue Radio Porteña; Radio Díaz cambió a Radio Rivadavia y Radio Bernotti mutó a Del Pueblo y más tarde a Buenos Aires. Estos son solo algunos ejemplos de la condición proteica de nuestra radiodifusión. Infelizmente, algunas de estas estaciones dejaron ya de existir y otras, que supieron estar en la vanguardia de la actividad, hoy apenas sobreviven con angustias.

El medio nunca dejó de renovarse. De vez en cuando lo hizo para mejorar y, ocasionalmente, como mecanismo de defensa ante circunstancias adversas. Sus transformaciones fueron siempre efectivas y lograron conjurar la profecía que desde hace más de 50 años insiste en augurarle un final inminente.

## Los cambios actuales

Nuestros días no tenían por qué faltar a la costumbre renovadora, que además atañe al ecosistema mediático en su conjunto, envuelto desde hace algunos años en un proceso de convergencias que Roger Fidler denomina “mediamorfosis” (Fidler, 2001). Una de las consecuencias más notables del fenómeno es que asistimos a la prolongación de la textualización sonora en dispositivos que ya no necesitan de la tradicional propagación hertziana. Los sitios web o portales en Internet garantizan nuevos canales en los que prospera y se multiplica el mismo lenguaje que nuestros antepasados escuchaban en receptores a galena primero, en voluminosas radios a válvula después y en las más manipulables Spicas en tiempos más recientes. Y, además, un poderoso fenómeno de domesticación tecnológica ahora permite que se puedan producir mensajes sin salir de casa, con una facilidad que hace 20 o 30 años no existía y dando lugar a una proliferación de podcasts que ya son imposibles de cuantificar.

Esa autonomización del lenguaje en común lleva el concepto de radiofonicidad más allá del propio dispositivo técnico tradicional y vuelve peregrinas las discusiones que plantean si esta producción simbólica puede considerarse radio o no. Y mientras algunos gastan energías en estas porrfas estériles<sup>1</sup>, el espíritu radiofónico -maleable y versátil como ha sido siempre- continúa batallando y demostrando que la gracia y la calidez del vínculo sonoro permanecen vivas.

Por otra parte, una de las consecuencias de esta mutación es que puso en crisis e hizo perder consistencia al concepto de audiencia masiva. Jeff Jarvis, docente de la City University of Nueva York, ya lo sostuvo en su libro “El fin de los medios de comunicación de masas”(Jarvis, 2015). Y conviene ser precisos: no es el fin de los medios, sino de la condición masiva de sus audiencias.

---

<sup>1</sup> Valga una digresión pequeña y graciosa: así como hay radialistas que sostienen que el podcast no es radio, existen podcasters que dicen que algunos ciclos radiofónicos subidos a la red no son podcasts. Con lo que algunos creemos que la discusión alcanza el bizantinismo más puro.

Eso ocurre en grandísima medida por la multiplicación de medios y por el crecimiento extraordinario del número de enunciadores profesionales y amateurs, autónomos, free lancers, que utilizan una variedad de dispositivos para hacer circular sus textos (gráficos, sonoros, audiovisuales).

Entre todas las alternativas habilitadas, interesa particularmente el desarrollo del podcast y no para ingresar al terreno de la polémica acerca de si es o no radio, que –como ya hemos señalado– resulta inconducente, sino para explorar las posibilidades que abre. Con ese propósito vamos a descomponer el proceso comunicativo en sus tres fases: producción, distribución y recepción.

Respecto de la primera –y considerando especialmente lo que para los futuros profesionales supone el ingreso al mercado laboral– debemos señalar que la del podcasting es una actividad que puede incluirse dentro de las incumbencias de las actuales titulaciones universitarias en el campo de la Comunicación Social. La posibilidad de las realizaciones hogareñas aproxima la actividad al concepto de tele-trabajo, en cuyo caso no habrá que descuidar la voluntad de alcanzar la mayor calidad. Desde la etapa de su formación los nuevos comunicadores deben asimilar que el diletantismo no es una alternativa y no puede constituir motivo de disculpa alguna.

Algunos podcasts actualmente en circulación exhiben una cuidadosa factura y son conceptualmente ricos pero otros, concebidos por aficionados demasiado proclives a la desmesura verborrágica y la levedad conceptual, degradan la propuesta a una suma de enunciados anodinos, carentes de fundamento y huérfanos de constatación.

Si por un lado fortalecen la democratización en el flujo comunicativo, también tenemos que poder discernir entre la profundidad, el rigor analítico y la riqueza del tratamiento profesional y el amateurismo, a veces vacío o poco nutriente, de algunos enunciados.

Por otra parte, el hecho de que exista la ya apuntada multiplicación de emisores no significa necesariamente que hayamos alcanzado una diversificación temática satisfactoria, con una pluralidad de miradas y

perspectivas que nos evite las formulaciones de los coros dedicados a reiterar letanías.

Un podcaster consciente de su responsabilidad social no puede tener menor autoexigencia que cualquier trabajador de una organización profesional y necesita ejercer una conducta sistemática de revisión y evaluación crítica de su propio trabajo, tanto en el plano semántico como estilístico.

La distribución es una etapa en la que encontraremos grandes diferencias, ya que el texto sonoro no alcanza a su público mediante las acostumbradas ondas hertzianas, sino a través de la ubicua Internet. Si bien es cierto que el oyente de podcasts queda condicionado por las capacidades de conectividad que posee, ahora la computadora de escritorio, su tableta o el teléfono celular le abren puertas a textualizaciones sonoras que antes no estaban a su disposición.

Finalmente, en la fase de recepción la audiencia goza de facilidades que la radio convencional no le brinda. El podcaster colombiano Félix Riaño, autor del libro “Todo sobre podcast” (Riaño, 2017), lo resume de esta forma: “El podcast es un audio que oyes cuando quieres, dónde quieres y cómo quieres”. Y, enseguida, proclama: “El podcast no es más radio. Es mejor<sup>2</sup>”. Su argumentación descansa en que la radio impone un horario, un lugar y un tema que en muchas ocasiones no llena todas nuestras necesidades, pero no solamente por la posibilidad de seleccionar la oportunidad de la escucha sino porque en la paleta del podcast caben asuntos coyunturales o tópicos muy específicos, cuya variedad temática y de enfoques va dirigida a colectivos sociales diversos, para los que el contenido está disponible justo en el momento en que el usuario lo decida y por la cantidad de tiempo que lo requiera.

---

<sup>2</sup> En <https://www.gorkazumeta.com/2018/04/todo-sobre-podcast-2018-no-es-mas-radio.html>

## Podcasts

Entre las características más atractivas del podcast se cuenta el hecho de que cada quien puede determinar ritmo y circunstancias de la escucha, sin cortes comerciales, con pausas decididas por el oyente y no por el emisor y con las reiteraciones que hagan falta para fijar conceptos o degustar sonoridades.

Riaño sostiene que la radio no va a desaparecer, pero sí puede perder público e interés general y formula planteos atrevidos como cuando opina que ninguna radio puede ni podrá nunca hacer 24 horas de gran calidad. Es posible que al escuchar radio se consiga encontrar unos minutos de algo bueno o aceptable. Pero toda su programación no será de calidad.

Por contraste, y basados en algunas de nuestras consideraciones anteriores, podríamos aseverar que tampoco todos los podcasts respetan ese rasero de calidad que el autor considera imposible de sostener para la radio. Sin embargo, estos productos corren con la ventaja de que, a diferencia del medio hoy centenario, no se los juzga por un producto diario de 24 horas.

El podcast goza de la libertad de tópicos y conceptos y también está lejos de ser un medio en el que se deba pedir permiso para existir. Esto es algo que no se puede decir de la radio convencional, ya que para montarla o para realizar un ciclo en ella, se necesitan permisos: del Estado que concede licencias a los prestatarios del servicio o del director o gerente de la emisora.

Finalmente cabría considerar que el podcast resulta más selectivo que las transmisiones radiofónicas convencionales. A despecho de las experiencias de fragmentación conceptual y segmentación de públicos que algunas emisoras ponen en marcha, siempre existe en ellas la vocación de conquistar audiencias de gran tamaño. El podcast, en cambio, parece contentarse con atraer oyentes específicos en búsqueda de temas determinados. Esa voluntad focalizada queda elocuentemente expuesta en

este ejemplo: en la plataforma Spreaker, el ciclo “Historia Unplugged” ofrece un episodio dedicado a ¿Qué comía la gente en la Edad Media?

## Spotify

Hace algunos años un prestigioso analista mexicano con el que participábamos en un coloquio en su país sugirió que la radio corría serio peligro a manos de Spotify.

A quien suscribe le pareció una paradoja cruel que la amenaza viniera desde un simple hilo musical, tan desprovisto de otros recursos simbólicos. Claro que desde entonces, Spotify se fue sofisticando y agregó nuevos elementos, como el podcast sin ir más lejos. Y también los dichosos algoritmos que le permiten detectar dónde están sus oyentes y discernir qué géneros son los que les gustan. En términos radiofónicos estrictos, eso sí vuelve un poco más temible o, en todo caso, competitiva a la aplicación multiplataforma sueca.

40

También es interesante considerar lo que aportan (o restan) sitios como blip.fm, cuya fortaleza se asienta sobre cierto sentido de comunidad de sus integrantes, que pueden agruparse en función de sus preferencias o seguir al DJ que mejor interpreta sus gustos.

Todo esto nos regresa a las reflexiones en torno a la atomización y reagrupamientos de lo que un día fueron audiencias multitudinarias. Y también al hecho de que estas opciones no nos dejan dependiendo de decisiones ajenas. Porque es uno mismo el que elige qué escuchar o direcciona la selección musical en función de sus gustos.

## Parlantes inteligentes

La radiofonía y sus adyacencias actuales ocurren en un escenario imposible ya de concebir si no es vinculando la textualización sonora con redes

sociales y con una tecnología general tan volátil que se vuelve obsoleta en un abrir y cerrar de ojos.

En este contexto, algunos analistas como Fran Izuzquiza, creador de contenidos de Spain Media Radio y Podium Podcast, aseguran que la nueva revolución tecnológica viene siendo liderada por el audio.

El 'gadget' de moda actualmente parece ser el de los altavoces inteligentes, que reciben órdenes verbales y permiten escuchar música, solicitar datos del tiempo u otro tipo de información y realizar compras. Como el lazo de conexión con esta tecnología es esencialmente verbal, la gestualidad radiofónica recobra vigencia. Pero, además, nos introducen al escenario de la inteligencia artificial. Y abren nuevas ventanas a las producciones transmediales, pues ante una entrevista a un sanitarista (por ejemplo) podríamos pedirle al sistema más datos acerca de una enfermedad o estadísticas de su incidencia. O ante un tema musical podríamos solicitarle otras versiones. Incidentalmente hay que señalar que este tipo de incorporación hogareña viene a modificar una característica dominante hasta aquí: la de la escucha individual o íntima. Con los parlantes inteligentes, la escucha vuelve a ser grupal o colectiva.

Y un dato muy significativo: en Estados Unidos y Canadá los altavoces inteligentes demuestran una vertiginosa penetración, más rápida inclusive que la de los smartphones.

La firma Canalys, líder mundial en el análisis de mercado de tecnología ya avisó que el año próximo, cuando la radio haya iniciado la andadura de su segunda centuria, el planeta tendrá una cifra sumamente pareja entre personas adultas y asistentes activados por voz. Sería necio no considerar la ponderación de ese impacto sobre la comunicación de matriz sonora y las nuevas metamorfosis que aguardan a la radio y su lenguaje en ese nuevo capítulo de su historia.

## **Bibliografía**

CAZAUX, D. (2010): “Historia de la divulgación científica en la Argentina”. Editorial Teseo. Buenos Aires.

FIDLER, R. (2001): “Mediamorfosis”. Granica. Buenos Aires.

JARVIS, J. (2015): “El fin de los medios de comunicación de masas”. Gestión 2000. Barcelona, 2015.

RIAÑO, F. (2017): “Todo sobre podcast”. @LocutorCo. Bogotá.

## Narraciones deportivas

---

El 2 de octubre de 1924 se produjo la primera transmisión de un partido de fútbol en nuestro país. Desde la cancha de Sportivo Barracas, Hugo Martínez Seeber y Atilio Casime relataron las incidencias del cotejo que disputaban los seleccionados de Argentina y Uruguay. Allí comenzaba una larga tradición que sí se mantiene inalterable, aunque sus narradores hayan ido cambiando: Luis Elías Sojit, Lalo Pelliciani, Fioravanti, José María Muñoz, Víctor Hugo Morales, Osvaldo Whebe, Walter Nelson y Atilio Costa Febre son parte de una larga lista de voces dedicadas al estallido en torno al gol.

En todo caso, lo que fue cambiando con ellos fue el estilo de las transmisiones, más o menos pasionales, con mayor o menor riqueza descriptiva y de vocabulario, según el relator. También se modificó la perspectiva: los primeros narradores transmitían desde el borde mismo del campo de juego, pero Fioravanti (cuyo nombre real era Joaquín Carballo Serantes) llevó su micrófono a una cabina elevada. De ese modo logró filtrar algunos de los insultos que proferían los espectadores más enardecidos pero también obtuvo la visión panorámica del juego que impregnó sus relatos.

Si hablamos en términos generales y sin contabilizar las correspondientes excepciones a la regla, podemos decir que la acusada tendencia de la radio a prescindir de las propuestas narrativas encuentra en los relatos deportivos un matiz singular. Las transmisiones radiofónicas de los partidos de fútbol constituyen, sobre todo por su extensión, la mayor contribución a la práctica narrativa.

Se trata de relatos realizados en tiempo presente, a través del desarrollo de una secuencia de acciones en su estricta sucesión temporal: Toma la pelota el arquero local. Saca con la mano y se la entrega al marcador de punta. Este avanza unos metros, elude a un delantero rival y pasa el balón al mediocampista central. El volante juega corto para un compañero, quien le devuelve rápidamente en pared, dejando desairados a dos adversarios. Ahora el cinco hace un cambio de frente. Recibe la pelota el volante por izquierda y arranca una veloz carrera hasta llegar a la línea de fondo. Desde allí echa un centro a la boca del área. Entra el goleador de los locales, se eleva ágilmente, aplica un potente cabezazo y convierte para los dueños de casa.

- 
- Este es el ejemplo de un relato que prescinde de la trama, es decir de los recursos mediante los cuales el narrador dosifica el suministro de información, revela u oculta hechos o situaciones en función de una estrategia discursiva determinada, altera la progresión lineal del relato mediante la incorporación de flash backs o flash forwards, etc.

El relator de este caso se acerca a la condición del narrador omnisciente, en tanto observa la totalidad del escenario, y se aleja de ella al no controlar la variable del tiempo: él no sabe qué va a ocurrir. Puede formular hipótesis y anunciar que “hay peligro de gol”, pero los oyentes saben que esa profecía no es inexorable.

Si el relator conociera el desenlace, bien podría decir: “El guardavallas visitante se supo vencido desde el comienzo. Desde que el 10 de los contrarios dejó un surco en esa corrida endiablada por su lateral. Supo que tendría que ir a buscar la pelota dentro del arco, cuando por el rabillo del ojo vio que el grandote ése que juega de centroforward se les adelantaba a sus dos marcadores centrales, clavados al piso como estacas. Ya no había remedio. Iba a ser gol. Y sin embargo, con la misma certeza irracional, supo que esa tarde iban a dar vuelta el resultado y consumir la hazaña”.

Pero, claro, si lo hiciera, ya no estaría transmitiendo un partido de fútbol, sino administrando de modo personal los datos que conforman un texto narrativo.

A falta de otros relatos, en la radio sólo encontraremos éstos. Y, para mayor asombro, no son relatos breves. Sabe uno que cualquier transmisión futbolística insumirá casi dos horas de escucha.

En tiempos de extrema concisión expresiva, parquedad, fragmentación conceptual y refucilos textuales, subsiste un modo narrativo cuya liturgia sigue convocando miles de fieles seguidores. Como dijimos, en otros campos la radio nos sustrajo la magia del relato.